

стандартів країн ЦСЄ (23-30 м²) необхідно до існуючої житлової політики держави внести радикальні зміни. Житлова політика має формуватися переважно на ринкових засадах. Усі громадяни, крім малозабезпечених, повинні задовольнити потреби в житлі за власні кошти, широко використовуючи при цьому систему кредитування, базові положення якої можуть спиратися на світовий досвід житлового будівництва.

1. Єщенко П.С., Чубук Л.П. Досвід фінансування житлового будівництва у зарубіжних країнах // *Фінанси України*. – 2009. – № 7. – С.30-38.

2. Кравченко В.І., Паливода К.В. Фінансування будівництва житла: новітні тенденції. / Міжнародний інститут фінансів. – К.: Києво-Могилянська академія, 2006. – Ч.1. – 175 с. – Ч.2. – 131 с.

3. Лазарова Л. Особенности подхода к жилищной политике // *Экономист*. – 2006. – №10. – С.78.

4. Минц В.М. Контрактно-сберегательная система и ипотечное кредитование // *Бизнес и банки* – 2002. – №7. – С.8.

5. Савич В.І. Іпотечне кредитування в Україні: суперечності та тенденції розвитку / Інститут менеджменту та економіки «Галицька академія». – Івано-Франківськ: ІМЕ «Галицька академія», 2006. – 552 с.

6. Финансирование жилищного строительства / А.Б.Копейкин, Н.Н.Рогожина, А.А.Туманов, М.О.Якубов. – М.: Фонд «Институт экономики города», 2007. – 168 с.

7. Закон України «Про запобігання впливу світової фінансової кризи на розвиток будівельної галузі та житлового будівництва» (зі змінами та доповненнями) // <http://www.ligazakon.ua>.

8. Матеріали веб-сайту Державного комітету статистики України // <http://www.ukrstat.gov.ua>.

Отримано 23.03.2011

УДК 658.147 : 659.127.6 : 39

К.А.МАМОНОВ, канд. екон. наук, Ю.Б.РАДЗИНСЬКА

Харківська національна академія міського господарства

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ Й ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТРАТЕГІЇ ВАРТІСНО-ОРІЄНТОВАНОГО УПРАВЛІННЯ КАПІТАЛ БРЕНДОМ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Виявлено особливості формування й використання інформаційно-аналітичного забезпечення стратегії вартісно-орієнтованого управління капітал брендом будівельних підприємств, визначено фактори, які впливають на цей процес, розроблено схему формування й використання інформаційно-аналітичного забезпечення в аспекті розробки й впровадження стратегії вартісно-орієнтованого управління капітал брендом на будівельних підприємствах.

Выявлены особенности формирования и использования информационно-аналитического обеспечения стратегии стоимостно-ориентированного управления капитал брендом строительных предприятий, определены факторы, влияющие на этот процесс, разработана схема формирования и использования информационно-аналити-

ческого обеспечения в аспекте разработки и использования стратегии стоимостно-ориентированного управления капитал брендом на строительных предприятиях.

Features of formation and use of information-analytical maintenance of strategy value-oriented management the brand capital of the building companies, factors which influence this process are defined, is developed the scheme of formation and use of information-analytical maintenance in aspect of working strategy value-oriented management the brand capital of the building companies.

Ключові слова: інформаційно-аналітичне забезпечення, стратегія, вартісно-орієнтоване управління, капітал бренд, будівельне підприємство.

Інформаційно-аналітичне забезпечення є складовим елементом формування й реалізації стратегії вартісно-орієнтованого управління капітал брендом будівельного підприємства й впливає на результативність цього процесу.

Розвитку теоретико-методологічних основ формування й використання стратегії на підприємстві присвячено наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених: І.Ансоффа, І.Бланка, П.Дойля, Дж.Ф. ЛеПла, Ф.Котлера, Г.Мінцберга, В.Пономаренка, М.Портера, Е.Райс, Дж. Траута [1, 3, 5, 7-9, 11-13] та ін. Дослідженню процесу інформаційно-аналітичного забезпечення щодо формування й використання капітал бренду присвячено роботи Д.Аакера, К.Бове, В.Домнина, В.Перция, М.Яненка [2, 4, 6, 10, 14] та ін.

Натомість, залишаються не вирішені проблеми розробки й використання інформаційно-аналітичного забезпечення стратегії вартісно-орієнтованого управління капітал брендом будівельного підприємства.

При формуванні інформаційно-аналітичного забезпечення в аспекті розробки й використання стратегії вартісно-орієнтованого управління капітал брендом будівельного підприємства необхідно врахувати наступні фактори:

- ✓ для ефективного використання інформаційних потоків необхідно створити єдину систему, яка складається із статистичної, бухгалтерської, технічної, нормативно-правової та інших видів інформації;
- ✓ будівельна компанія та її структурні елементи повинні мати повну, достовірну інформацію, яку використовують на кожному етапі формування й реалізації стратегії вартісно-орієнтованого управління;
- ✓ для формування й використання інформаційно-аналітичного забезпечення створюється відповідна організаційна структура (відділ інформаційно-аналітичного забезпечення), функціями якого є забезпечення надходження інформації, її обробка та аналіз, координування формування інформаційних потоків між структурними елементами підприємства.

В цілому, структура системи інформаційно-аналітичного забезпечення процесу формування й реалізації стратегії вартісно-орієнтованого управління капітал бренду пов'язана з організаційною структурою будівельної компанії. Крім того на інформаційну діяльність підприємства впливають особливості його виробничо-господарської діяльності. Тому розробка й удосконалення системи інформаційно-аналітичного забезпечення процесу формування й реалізації стратегії вартісно-орієнтованого управління капітал бренду не можуть вироблятися тільки шляхом простих організаційних змін, а лише за допомогою забезпечення комплексних зв'язків між системою інформації й управлінським, оперативним і контролюючим відділами будівельного підприємства.

Для реалізації представлених дій необхідно проаналізувати систему інформаційно-аналітичного забезпечення щодо формування й використання стратегії вартісно-орієнтованого управління капітал брендом, визначити особливості управління будівельної компанії, системою прийняття управлінських рішень, з обсягом інформації, необхідної для прийняття управлінських рішень, рівень достовірності й повноти інформації. У цьому контексті необхідно сфокусувати увагу на управлінських рівнях використання інформації й межі її застосування.

Для формування інформаційно-аналітичного забезпечення використовуються інформаційні потоки, які спрямовані на отримання кількісних і якісних показників, необхідних для визначення, оцінки та виявлення особливостей щодо розробки й впровадження стратегії вартісно-орієнтованого управління капітал бренду на будівельному підприємстві. Кількісні показники визначаються сферою їх застосування (макро-, мезо-, мікрорівні) і, відповідно, формуються на основі даних Державного комітету статистики, регіональних органів статистики, галузевої інформації, даних фінансового, управлінського, статистичного обліків будівельної компанії та оперативних даних її підрозділів.

Слід зазначити, що інформаційні потоки, які формуються на будівельному підприємстві формуються на основі облікової інформації, яка відображена у відповідних регістрах та звітах бухгалтерського, податкового й управлінського обліків. В процесі здійснення облікових процедур відбувається реєстрація економічної інформації, її узагальнення й зведення, які ґрунтуються на єдиних принципах її формування й використання, одноманітної за змістом і не суперечать цілям управлінської й аналітичної роботи. Отже, основна мета облікової інформації полягає у створенні підґрунтя для оцінки й аналізу кількісних показників щодо прийняття управлінських рішень на будівельному підпри-

ємстві, в цілому, й забезпечення процесу формування й використання стратегії вартісно-орієнтованого управління капітал брендом.

Для визначення якісних показників, використовується інформація, що характеризує стан і напрями розвитку ринку, конкурентів, споживчу поведінку, рівень соціального забезпечення й добробуту населення, регіональні й галузеві особливості, нормативно-правове забезпечення та ін. У більшості випадків, для оцінки якісних показників використовуються методи анкетування.

Враховуючи вищезазначене, нами запропоновано схему формування й використання інформаційно-аналітичного забезпечення в аспекті розробки та впровадження стратегії вартісно-орієнтованого управління капітал брендом на будівельному підприємстві, яка наведена на рисунку.

В результаті аналізу представленої схеми встановлено, що формування й використання інформаційно-аналітичного забезпечення стратегії вартісно-орієнтованого управління капітал брендом здійснюється в системі інформаційно-аналітичного забезпечення управління будівельним підприємством. В процесі формування інформаційно-аналітичного забезпечення на нього впливає зовнішнє інформаційне середовище (зовнішні інформаційні потоки) та внутрішні інформаційні потоки, структура яких обумовлена особливостями виробничої, організаційної, маркетингової та інших видів діяльності. Представлені інформаційні потоки надходять у відділ інформаційно-аналітичного забезпечення, який є структурним елементом організаційної структури будівельного підприємства, основними завданнями якого є збір та обробка зовнішніх і внутрішніх інформаційних потоків, формування інформаційно-аналітичного забезпечення щодо розробки й використання стратегії вартісно-орієнтованого управління капітал бренду, визначення кількісних і якісних показників щодо розробки й використання стратегії вартісно-орієнтованого управління капітал бренду на основі обліково-аналітичної документації й шляхом проведення анкетування. Сформоване інформаційно-аналітичне забезпечення використовується для прийняття управлінських рішень топ-менеджментом. Крім того, останній впливає на функціонування відділу інформаційно-аналітичного забезпечення і може запросити первинну інформацію, додаткові інформаційні матеріали та ін.

Органи управління першого рівня спрямовують інформаційні потоки сформованого інформаційно-аналітичного забезпечення на другий рівень управління, який складається з бухгалтерського, планово-фінансового, маркетингового та інших відділів, що функціонують на будівельному підприємстві. Запропоновано для розробки й впровад-

ження стратегії вартісно-орієнтованого управління капітал брендом створити й забезпечити функціонування відділу розвитку капітал бренду. Після розробки представленої стратегії вона спрямовується для

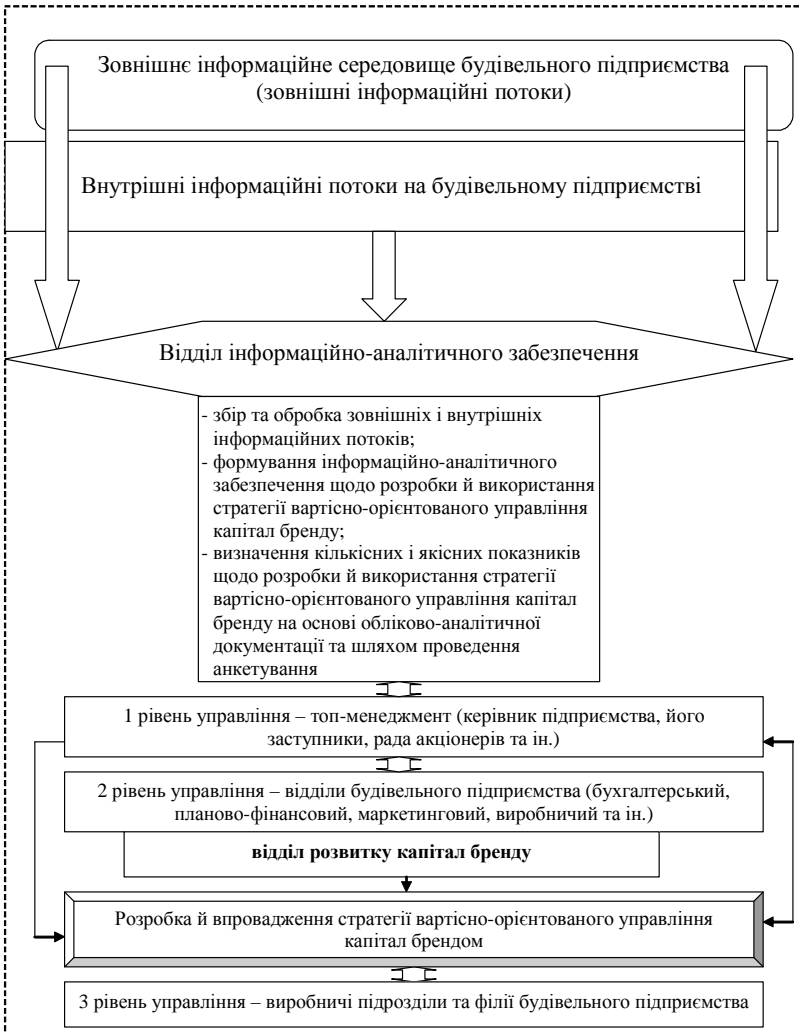


Схема формування й використання інформаційно-аналітичного забезпечення в аспекті розробки й впровадження стратегії вартісно-орієнтованого управління капітал брендом на будівельному підприємстві

узгодження з органами управління першого рівня. Слід зазначити, що розроблена стратегія вартісно-орієнтованого управління капітал бренду може бути повернена на доопрацювання у відділ розвитку капітал бренду. Навпаки, у випадку затвердження представленої стратегії вона спрямовується у відділ розвитку капітал бренду, який зобов'язує й сприяє її впровадженню на третьому рівні управління (виробничі підрозділи або філії). Розроблена стратегія вартісно-орієнтованого управління капітал бренду у разі виникнення деяких неузгоджень, проблемних аспектів щодо впровадження повертається в цілому або за деякими напрямками та елементами у відділ розвитку капітал бренду, який залежно від рівня встановлених проблем приймає самостійно або корегує рішення з органами першого рівня управління.

Отже, запропонована схема дозволяє визначити напрями зовнішніх і внутрішніх інформаційних потоків для формування й впровадження інформаційно-аналітичного забезпечення, рівні та особливості його використання в управлінській структурі будівельного підприємства. В запропонованій схемі забезпечується контроль за формуванням й використанням інформаційно-аналітичного забезпечення, його коригування залежно від особливостей розробки й впровадження стратегії вартісно-орієнтованого управління капітал брендом, створені комунікації інформаційно-аналітичного забезпечення між відповідними рівнями управління будівельного підприємства. Особливе значення в системі формування й використання інформаційно-аналітичного забезпечення щодо розробки й впровадження стратегії вартісно-орієнтованого управління капітал брендом має створення й забезпечення функціонування спеціальних організаційних структур: відділ інформаційно-аналітичного забезпечення й відділ розвитку капітал бренду, що дозволяє будівельному підприємству цілеорієнтовано спрямовувати інформаційні потоки для розробки й впровадження стратегії вартісно-орієнтованого управління й приймати своєчасні управлінські рішення відносно розвитку капітал бренду.

1. Ансофф И. Стратегическое управление: Пер. с англ / И. Ансофф. – М.: Экономика, 1999. – 519 с.

2. Аакер Д.А. Стратегическое рыночное управление: Пер. с англ. / Д.А. Аакер. – СПб.: Питер, 2002. – 544 с.

3. Бланк И.А. Финансовая стратегия предприятия / И.А. Бланк. – К.: Эльга; Ника-Центр, 2004. – 720 с.

4. Бове К., Аренс У. Современная реклама / К. Бове, У. Аренс. — М.: ИД «Довгань», 1995. – 704 с.

5. Дойль Питер. Менеджмент: стратегия и тактика: Пер. с англ. / П. Дойль. – СПб.: Питер, 1999. – 559 с.

6. Домнин В.Н. Брендинг: новые технологии в России / В.Н. Домнин. – СПб.: Питер, 2002. – 352 с.

7.ЛеПла Дж. Ф., Дэвис Сьюзен В., Паркер Линн М. и др. Стратегии развития бренда: Оригинальный практический инструментарий для лидерства вашего бренда: Пер. с англ. / Дж.Ф. ЛеПла, Сьюзен В. Дэвис, Линн М. Паркер и др. – Днепропетровск: Баланс-Клуб, 2004. – 384 с.

8.Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. / Ф. Котлер. – СПб.: АО «Корунс», 1994. – 538 с.

9.Минцберг Г. Школы стратегий: Стратегическое сафари: экскурсия по дебрям стратегий менеджмента: Пер. с англ. / Г. Минцберг. – СПб.: Питер, 2000. – 334 с.

10.Перция В. Брендинг. Курс молодого бойца / В. Перция. – Питер, 2005. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://old.executive.ru/reading/newfolder2921/article_3329.

11.Пономаренко В.С. Стратегічне управління підприємством / В.С. Пономаренко. – Харків: Основа, 1994. – 620 с.

12.Портер М.Е. Стратегія конкуренції: Пер. з англ. / М.Е. Портер. – К.: Основи, 1998. – 390 с.

13.Райс Эл, Траут Дж. Маркетинг снизу вверх: от тактики до бизнес-стратегии: Пер. с англ. – М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2009.- 224 с.

14.Яненко М.Б. Торговые марки в товарной политике фирмы / М.Б. Яненко. – СПб.: Питер, 2005. – 240 с.

Отримано 24.01.2011

УДК 658.14

І.М.ЧМУТОВА, канд. екон. наук, К.М.АЗІЗОВА

Харківський національний економічний університет

ОБГРУНТУВАННЯ РІВНІВ ВІДХИЛЕНЬ ПІДКОНТРОЛЬНИХ ПОКАЗНИКІВ ФУНКЦІОНУВАННЯ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Визначено етапи моніторингу функціонування капіталу підприємства, до складу яких включено обґрунтування рівнів негативних відносних відхилень узагальнюючих показників функціонування капіталу підприємства на основі класифікації, виконаної кластерним аналізом, а також встановлення впливу відхилень узагальнюючих показників фізичної, фінансової та інтелектуальної складових капіталу на кінцеві результати діяльності підприємства за допомогою регресійного аналізу.

Определены этапы мониторинга функционирования капитала предприятия, в состав которых включено обоснование уровней негативных относительных отклонений обобщающих показателей функционирования капитала предприятия на основе классификации, выполненной кластерным анализом, а также установления влияния отклонений обобщающих показателей физической, финансовой и интеллектуальной составляющих капитала на конечные результаты деятельности предприятия с помощью регрессионного анализа.

Certainly the stages of monitoring of functioning of capital enterprises, in the complement of which the ground of levels of negative relative rejections of summarizings indexes of functioning of capital of enterprise is included on the basis of classification, executed a cluster analysis, and also establishment of influence of rejections of summarizings indexes of physical, financial and intellectual constituents of capital on end-point of activity of enterprise by a regressive analysis.

Ключові слова: контролінг, капітал підприємства, моніторинг, критичні відхилен-